

PRUEBAS PARA LA OBTENCIÓN DE TÍTULOS DE TÉCNICO Y TÉCNICO SUPERIOR
Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y Técnico Superior
Convocatoria correspondiente al curso académico 2023-2024

ORDEN 3299/2020, de 15 de diciembre, de la Consejería de Educación y Juventud. (BOCAM martes 22 de diciembre de 2020)
RESOLUCIÓN de 29 de diciembre de 2023 (BOCAM viernes 12 de enero de 2024)

Código del ciclo: ADGS01	Denominación completa del ciclo formativo: TÉCNICO SUPERIOR EN ASISTENCIA A LA DIRECCIÓN
Clave del módulo: 06	Denominación completa del módulo profesional: Comunicación y Atención al cliente

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA

La prueba de comunicación y atención al cliente consta de dos partes teniendo en cuenta el currículo del módulo.

- **1ª PARTE TEÓRICA.** El examen consta de preguntas que podrán ser: tipo test, verdadero o falso, desarrollar, completar, relacionar.
- **2ª PARTE PRÁCTICA.** consiste en la realización de **supuestos prácticos**.

Dispone de una "hoja de respuestas" para que escriba la respuesta que considere correcta. En la hoja de respuestas no se permiten ni tachaduras ni utilizar correctores (tippex), no procediéndose a la corrección si se da esta situación. La respuesta debe ser contestada en bolígrafo no está permitido el uso de lápiz. Sobre su mesa sólo podrá haber: DNI, bolígrafo azul o negro.

- ✓ En el supuesto de sorprender a una persona con otro material que no sea el autorizado, hablando, con anotaciones, cualquier tipo de "chuleta" o simplemente copiando, se procederá a la retirada del ejercicio y a la expulsión del aula.
- ✓ La duración máxima de la prueba es de 2 horas.
- ✓ Bibliografía recomendada: cualquier libro de texto específico para este módulo.
- ✓ Los estudiantes que lleguen con retraso no se les permitirá el acceso al aula cuando hayan pasado más de 15 minutos desde el inicio del examen. Aquellos que lleguen con retraso no se les prolongará el tiempo de examen y finalizarán según este planificado
- ✓ No se permite la salida del aula una vez comenzada la prueba hasta su finalización o hasta transcurridos, al menos, 15 minutos desde el comienzo del examen.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN

- **Las cuestiones de la parte teórica (50% DE LA NOTA).** Cada respuesta correcta suma 0,10 puntos. Las respuestas incorrectas o en blanco penalizan con 1/2 de su valor, es decir -0,05 puntos.
- **Las cuestiones de la parte práctica (50% DE LA NOTA)** tiene un valor máximo de 5 puntos y la calificación de cada respuesta correcta figura en el enunciado del examen.
- Faltas de ortografía. Cada falta de ortografía (cualquier falta que no sea error de tildes) se penalizará con - 0,25 puntos. Cada falta de tildes se penalizará con - 0,10 puntos. Se considerará superada la prueba si el aspirante consigue un 5 o más en cada uno de los apartados anteriores.

DATOS DEL ASPIRANTE			Firma
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I.:	Fecha:	

ANTES DE REALIZAR EL EXAMEN, lea atentamente todos los puntos citados a continuación. Guarde silencio hasta que abandone el aula. Si tiene alguna duda levante la mano.

PARTE TEÓRICA (5 PUNTOS)

Responde a las preguntas en la plantilla con letra MAYÚSCULA. No se permiten ni tachaduras ni utilizar correctores (tippex), no procediéndose a la corrección si se da esta situación. La respuesta debe ser contestada en bolígrafo no está permitido el uso de lápiz. **Sólo se corregirá el examen cuyas respuestas figuren en la plantilla que se muestra a continuación:**

1.a	
1.b	
1.c	
1.d	
2	
2	
3	
4	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10.1	

10.2	
10.3	
10.4	
11.1	
11.2	
11.3	
11.4	
12.a	
12.b	
12.c	
13.a	
13.b	
13.c	
13.d	
13.e	

14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33

Bien (0,10)	Mal	Penalización (-0,05)	PUNTUACIÓN TEST

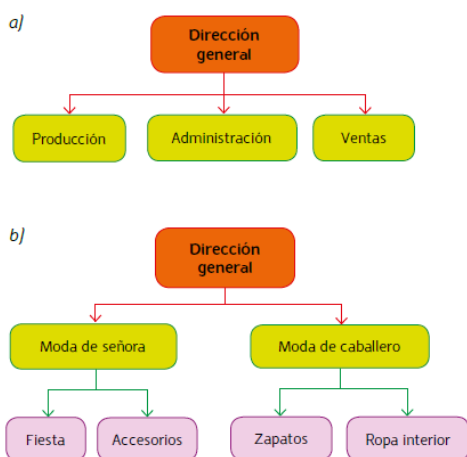
DATOS DEL ASPIRANTE			Firma
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I.:	Fecha:	

PARTE TEÓRICA (5 PUNTOS)

1.-Pedro es jefe de compras de una mediana empresa y recibe la llamada de Adela, comercial de equipos de oficina, para solicitarle una entrevista. Determina cada uno de los elementos del proceso comunicativo.

- a) Receptor:
- b) Mensaje:
- c) Código:
- d) Canal:

2.-Determina qué criterio de departamentalización se ha utilizado en cada una de las siguientes organizaciones:



3.-Determine si la siguiente afirmación es Verdadera (V) o Falsa (F).

El servicio postventa no tiene la obligación de formar a los clientes en el uso del producto.

4.- Determine si la siguiente afirmación es Verdadera (V) o Falsa (F).

Los estudios de mercado no son un instrumento válido para diseñar un buen servicio postventa.

5.- Determine si la siguiente afirmación es Verdadera (V) o Falsa (F).

En procedimientos de evaluación externa no se suelen utilizar las autoevaluaciones realizadas por el personal de la propia empresa.

6.- Determine si la siguiente afirmación es Verdadera (V) o Falsa (F).

Ante un error o anomalía, lo más importante para cualquier empresa es localizar al responsable último de este error o anomalía.

7.- Determine si la siguiente afirmación es Verdadera (V) o Falsa (F).

Si se aplica adecuadamente una técnica de fidelización, dará resultados inmediatamente.

8.- Determine si la siguiente afirmación es Verdadera (V) o Falsa (F).

Es obligatorio que la empresa utilice un modelo de reclamación establecido por la Administración.

9.- Determine si la siguiente afirmación es Verdadera (V) o Falsa (F).

La reclamación se cierra en el momento en que se comunica la solución al reclamante, sea esta de su agrado o no.

10. Debe contestar cual es el principio organizativo que cumplen las siguientes afirmaciones.

- a) Busca mejoras en la productividad.
- b) Permite un mayor entrenamiento en la tarea, aumentando la eficiencia.
- c) Crea distintos niveles jerárquicos.
- d) Fomenta el compromiso de los trabajadores con la empresa.

11. Debe contestar con que fase del proceso de atención al cliente corresponden estas afirmaciones.

- a) El cliente debe demostrar dominio de la situación que es objeto de consulta.
- b) El agente debe aclarar los requerimientos que el cliente demanda en la atención.

DATOS DEL ASPIRANTE			Firma
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I.:	Fecha:	

- c) El cliente debe percibir que atenderlo no supone una carga ni un contratiempo.
- d) El agente debe verificar el grado de satisfacción del cliente con la atención recibida.
12. Un CRM reduce los costes de a) ----- simplifica los b) ----- y permite distribuir mejor la carga de c) -----
13. ¿A qué estilo comunicativo se corresponden estas actitudes?
- a) Pone en práctica la escucha activa.
- b) Interrumpe con frecuencia y sube el volumen de voz.
- c) Evita mirar al cliente a la cara.
- d) Destaca aspectos del mensaje mediante la entonación
- e) Contesta a una pregunta con otra pregunta.
14. Las quejas y reclamaciones pueden ser de dos tipos: con solución inmediata y con procedimiento o seguimiento especial. Verdadero o Falso
15. La falsedad en la oferta, promoción y publicidad de productos se tipifica como fraude. Verdadero o Falso
16. Las Asociaciones de Consumidores y Usuarios son de carácter privado y no están reguladas. Verdadero o Falso
17. Un elemento muy importante que no puede faltar en las webs de e-commerce es un número de teléfono gratuito para atención al cliente online. Verdadero o Falso
18. El procedimiento arbitral debe terminar:
- 1) Antes de dos meses.
- 2) Antes de un año.
- 3) Antes de cuatro meses.
19. El acuerdo por el que las partes establecen que la controversia existente entre ellas sea resuelta por un colegio arbitral, designado por la junta arbitral de consumo, y se comprometen a acatar su decisión, se denomina:
- 1) Mediación.
- 2) Laudo.
- 3) Convenio arbitral.
20. El órgano que depende jerárquicamente de la Dirección General de Consumo de cada consejería autonómica tiene responsabilidades en el área de consumo y su misión es controlar que se cumpla la normativa que regula el mercado, se denomina:
- 1) OMIC.
- 2) JAC.
- 3) Servicio de Inspección de Consumo.
21. El tipo de arbitraje en el que el colegio arbitral resuelve teniendo en cuenta solo las normas y disposiciones legales se denomina:
- 1) Arbitraje de ley.
- 2) Arbitraje de derecho.
- 3) Arbitraje de norma.
22. Las Juntas arbitrales de consumo están formadas por:

DATOS DEL ASPIRANTE			Firma
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I.:	Fecha:	

- 1) Cinco tipos de árbitros.
- 2) Cuatro tipos de árbitros.
- 3) Tres tipos de árbitros.

23. Para cursar reclamaciones transfronterizas en el comercio electrónico, el organismo adecuado es:

- 1) SIRI.
- 2) Centro Europeo del Consumidor.
- 3) DADO.

24. El plan de acción es el último requisito del plan de marketing, pero es un proceso permanente, pues comienza en el momento que se definen los objetivos. Verdadero o Falso

25. Los competidores existentes suponen una amenaza, ya que son empresas y productos o servicios que pueden entrar en el mercado. Verdadero o Falso

26. La unidad estratégica de negocio conocida como "perros" son las que tienen una posición privilegiada por su participación (productos líderes) en un mercado de bajo crecimiento. Verdadero o Falso

27. La planificación ayuda a definir dónde queremos ir y cuál es la meta. Verdadero o Falso

28. El presupuesto es la representación numérica del plan de maniobra (las acciones del marketing-mix) y define la previsión de ingresos y gastos durante el periodo de referencia.

Verdadero o Falso

29. El análisis de estrategias que consiste en evaluar las fortalezas y debilidades relacionadas con el ambiente interno de la empresa y las oportunidades y amenazas que provienen del escenario, del micro y macroambiente exterior de la compañía, se denomina:

- 1) Análisis UEN.
- 2) Análisis DAFO.
- 3) Definición de objetivos.

30. Cuando la venta se realiza a través de mayoristas, distribuidores y representantes, hablamos de un canal de distribución:

- 1) Directo y largo.
- 2) Indirecto y largo.
- 3) Indirecto y corto.

31. El marketing holístico es:

- 1) La orientación que indica la importancia de establecer relaciones firmes y duraderas con todos los clientes.
- 2) Cuando los consumidores prefieren productos que estén muy disponibles y a precios bajos.
- 3) La orientación o tendencia que completa marketing integrado, marketing interno, marketing responsable y marketing relacional.

32. El elemento del marketing-mix que se diferencia del resto porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás ocasionan costes, es:

- 1) El precio.
- 2) La distribución.
- 3) El producto.

DATOS DEL ASPIRANTE			Firma
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I.:	Fecha:	

33. Los productos que cumplen la misma función para el mismo grupo de compradores, aunque se originen en una tecnología diferente, se denominan:

- 1) potenciales
- 2) existentes
- 3) sustitutos

PARTE PRÁCTICA (5 PUNTOS)

Reescriba la siguiente conversación siguiendo las pautas y recomendaciones en la comunicación oral de la persona que recibe una llamada telefónica en una empresa. Valor de 1,25 punto. Cada apartado correcto suma 0,25

a) Luisa: Gómez y asociados. Dígame

Mateo: «Buenos días, señorita. Mi nombre es Mateo López, llamo de la empresa TYPESA. ¿Podría hablar con el señor González?».

b) Luisa: Oiga, mire, pues como no me diga el apellido o el departamento yo no puedo comunicarle con ella, porque no sé quién es ese tal Gonzales.

Mateo: es el departamento de ventas

c) Luisa: Pues no se si le puedo.

Mateo: Pues a mí me ha dicho que llame a este teléfono y que podría hablar con el

d) Luisa: Y... ¿quiere hablar con Paco González o con Pepe González?

Mateo: Con don Francisco, por favor.

d) Luisa: Vale, pues le paso. Chao.

2. Ordene la siguiente lista de nombres según la clasificación alfabética ascendente. Valor de 1,25 punto. Cada apartado correcto suma 0,25

Herederos de Fernández
Asesoría Michel, S.A.
Anne Du Pasteur
Teresa Acosta Botero.
Andrea Ramírez Sánchez

1
2
3
4
5

DATOS DEL ASPIRANTE			Firma
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I.:	Fecha:	

3. Debe redactar una carta solicitando que rectifiquen la factura nº 48/2024. El error es debido que deben de aplicar un IVA de un 10% en vez del 21%. El mensaje transmitido a través de esta carta comercial debe de constar de las tres partes de una carta: de encabezamiento (y sus seis partes en el que se debe incluir su referencia), cuerpo o texto dividido (en sus tres partes) y el pie o cierre (dividida en cinco partes) pues debe de incluir como anexo la factura que deben rectificar. Todos los datos que no se indican y que sean necesarios se pueden inventar. Valor de 2,50 puntos. Cada fallo incluidas las faltas de ortografía restan 0,25 puntos.

DATOS DEL ASPIRANTE			Firma
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I.:	Fecha:	